

**Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Produk terhadap
Keputusan Pembelian yang Berdampak pada Loyalitas Konsumen
(Studi Pada Pengguna Mobil Toyota Agya di Kota Semarang)**

SETYA YOGA MAHARDHIKA

(Pembimbing : DR Mahmud, SE, MM)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201302927@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Loyalitas konsumen mempunyai kontribusi yang besar dalam penjualan mobil Toyota Agya di kota Semarang, sehingga setiap konsumen yang loyal terhadap produk mobil Toyota Agya semakin memberi dampak positif bagi penjualan mobil Toyota Agya di kota Semarang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian yang berdampak pada loyalitas konsumen pada pengguna mobil Toyota Agya di kota Semarang. Sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus Solvin. Berdasarkan hasil perhitungan, jumlah responden minimal yang dapat digunakan adalah 96,04 atau dibulatkan menjadi 96 responden. Namun guna memudahkan penelitian maka jumlah responden dibulatkan menjadi 100 responden. Jenis metode pengumpulan data adalah data primer dan data sekunder. Jenis analisis menggunakan regresi linier berganda (SPSS), Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk, dan harga produk masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kedua keputusan pembelian dan loyalitas konsumen.

Kata Kunci : citra merek, kualitas produk, harga, keputusan pembelian, loyalitas konsumen

**The Effect of Brand Image, Products Quality, and Product Price on
Purchasing Decision Which has Impact Consumer Loyalty (Study on
Customer of Toyota Agya Car in Semarang)**

SETYA YOGA MAHARDHIKA

(Lecturer : DR Mahmud, SE, MM)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy &
Business, DINUS University*

www.dinus.ac.id

Email : 211201302927@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Consumer loyalty contribute highly in Toyota Agya car sales in Semarang city. That makes every loyal customer of Toyota Agya car product gives more positive impact for Toyota Agya car sales in Semarang. This study is to find the influence of brand image, product quality, and price to purchase decisions that has impact on consumer loyalty of Toyota Agya car in Semarang. The sample in this study is determine using Solvin formula. Based on calculation, the minimum number of respondents that can be used is 96.04 or rounded up to 96 respondents. But in order to facilitate the research, the number of respondents rounded up to 100 respondents. Types of collected data are primary and secondary data, and uses multiple linear regression (SPSS). The result shows that brand image, product quality, and product price respectively, has positive and significant influence towards both purchasing decision and consumer loyalty.

Keyword : brand image, product quality, price, purchasing decision ,consumer loyalty.